INDUSTRY

PROFILE

Buses

Canada

90-00903/

Regional Offices

Newfoundland

Parsons Building
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: (709) 772-4053

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
Suite 400
134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel: (902) 566-7400

Nova Scotia

1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: (902) 426-2018

New Brunswick

770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON
New Brunswick
E1C 8P9
Tel: (506) 857-6400

Quebec

Tour de la Bourse
P.O. Box 247
800, place Victoria
Suite 3800
MONTRÉAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel: (514) 283-8185

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor
1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel: (416) 973-5000

Manitoba

330 Portage Avenue
Room 608
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel: (204) 983-4090

Saskatchewan

105 - 21st Street East
6th Floor
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: (306) 975-4400

Alberta

Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
EDMONTON, Alberta
T5J 3S3
Tel: (403) 420-2944

British Columbia

Scotia Tower
9th Floor, Suite 900
P.O. Box 11610
650 West Georgia St.
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel: (604) 666-0434

Yukon

108 Lambert Street
Suite 301
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: (403) 668-4655

Northwest Territories

Precambrian Building
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 1C0
Tel: (403) 920-8568

For additional copies of this profile contact:

Business Centre
Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5

Tel: (613) 995-5771

PU 3038

INDUSTRY PROFILE

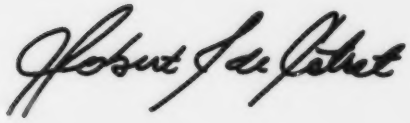
BUSES

1988

FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to survival and growth. This Industry Profile is one of a series of papers which assess, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological and other key factors, and changes anticipated under the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the papers.

The series is being published as steps are being taken to create the new Department of Industry, Science and Technology from the consolidation of the Department of Regional Industrial Expansion and the Ministry of State for Science and Technology. It is my intention that the series will be updated on a regular basis and continue to be a product of the new department. I sincerely hope that these profiles will be informative to those interested in Canadian industrial development and serve as a basis for discussion of industrial trends, prospects and strategic directions.



Minister

Canada

Introduction

In broad terms, the automotive industry in Canada includes the manufacturers of motor vehicles (passenger cars, trucks, buses and specialty vehicles), motor vehicle parts and tires and tubes for use as original equipment in the assembly of motor vehicles as well as in the aftermarket. Automotive production is directly linked to many other key industries in Canada: iron and steel, fabricated metals, aluminum alloys, rubber, plastics, textiles, glass and chemicals.

In 1986, this wide range of automotive activities accounted for some 16 percent of total Canadian shipments of manufactured products, and approximately 44 percent of the total of manufactured exports (fabricated materials and end products) to the United States. In 1986, automotive shipments reached almost $41 billion*, composed of $25.1 billion in automobile, truck and bus assembly, $12.2 billion in parts, $1.8 billion* in specialty vehicles and in excess of $1.8 billion* in tires and tubes. In the same year, total employment was approximately 148 800* persons with 49 800 engaged in automobile, truck and bus assembly, 16 600* in specialty vehicle production, 68 400 in parts production and 14 000* in the manufacture of tires and tubes.

In addition to buses, profiles have been prepared covering:

- Automotive Parts
- Automotive Tires and Tubes
- Light Motor Vehicles
- On- and Off-highway Medium/Heavy-duty Trucks
- Specialty Vehicles

1. Structure and Performance**

Structure

The bus industry consists of manufacturers of urban transit buses (including buses for special purpose users such as the physically disabled) and highway and intercity motor coaches.

In 1986, employment in the bus industry was estimated at 2900 and shipments at $259 million. Exports accounted for $133 million. All exports were to the United States. Virtually all of the demand for Canadian buses is met from domestic sources. Imports, which in 1986 were estimated at $129 million, consisted mainly of major components such as engines, transmissions and axles. These components are sourced in the United States and account for approximately 50 percent of the total cost of producing a bus. Components enter Canada under the conditional duty-free provisions of the Canada-U.S. Automotive Products Trade Agreement (Auto Pact) implemented in 1965.

** ISTC estimate*

*** Data on the industry are not readily available, since under current SIC Codes, buses and parts are aggregated with automotive statistics. Data used in this analysis are derived from company information and any numbers must be taken as indicators, not as absolutes.*

Industry, Science and Technology Canada
Industrie, Sciences et Technologie Canada

There has been practically no trade in finished buses between North America and the other developed countries (i.e., Japan and the European Community). The North American bus is generally not suited for conditions in the developing world; it is too expensive and difficult to maintain. Trade between North America and the developing countries therefore consists mainly of exports of powertrain components and chassis — items which Canada does not produce. Most developing countries are capable of manufacturing bus bodies and standard school-bus type vehicles.

There are four bus manufacturers in Canada: the U.S.-owned Motor Coach Industries (MCI) Ltd., with plants in Manitoba and Quebec; the Dutch-owned New Flyer Industries Ltd., based in Manitoba; the Quebec-based Prevost Car Incorporated; and Ontario Bus Industries (OBI), with plants in Mississauga, Ontario and New York State. The last two companies are privately held and Canadian-owned.

MCI and its U.S. affiliate, Transportation Manufacturing Corporation (TMC), both wholly owned subsidiaries of the U.S. Greyhound Corporation, have dominated intercity coach production in North America. In 1987, Greyhound Corporation acquired General Motors' urban bus manufacturing facilities in Canada and the United States thereby broadening its product base and effectively making the company the largest manufacturer in North America, of both urban and intercity buses.

The *urban bus* and the *intercity bus* (motor coach) are two distinct products serving different markets. The two sub-sectors are, therefore, treated as separate segments of the bus industry.

The Canadian *intercity bus* sub-sector consists of MCI's plant in Winnipeg, Manitoba, and Prevost Car Inc. located in Ste. Claire, Quebec. Current employment is approximately 1500. The intercity bus sub-sector in Canada accounts for slightly more than half of total bus shipments. Approximately 75 to 85 percent of sales are in the United States.

The MCI intercity bus plant in Manitoba is part of the company's rationalized North American manufacturing operations. The plant produces coach shells, valued at one-third of the completely equipped end product, and at capacity the Winnipeg plant can produce over 1000 coach shells annually. These shells are shipped to the United States for final assembly and trim. Some of the completed vehicles are then sold in the Canadian market. Greyhound Corporation's U.S. facilities have the capacity to produce 1200 to 1500 buses per annum (utilizing in part the coach shells from MCI). The other Canadian producer, Prevost Car Inc., has the capacity to produce 400 buses annually.

The sub-sector's customers are mainly privately owned carriers. Some intercity coaches are also sold to publicly funded transit operators for commuter services.

A substantial portion of TMC and MCI sales are to major carriers. The company has been the captive supplier to the largest U.S. carrier, Greyhound Lines. In the last year, however, this has changed. Greyhound Corporation has sold its U.S. Greyhound Lines to GLI Holdings, a Texas-based investor group. With this sale, TMC and MCI lose privileged access to Greyhound Lines.

Prevost Car Inc. is not affiliated with any carrier and therefore has no captive market. Prevost sells its products to independent intercity carriers, charter carriers and to special purpose users.

The traditional competitor in the intercity market is the U.S.-based Eagle International, with a historical annual capacity of 200 coaches. Eagle is a subsidiary of New Trails Inc., which runs Trailways, the second major U.S. carrier. GLI Holdings (the investor group which acquired Greyhound Lines) has also recently acquired Trailways and Eagle International. This leaves Eagle as the only North American manufacturer with a captive market in Trailways and, through the common owner, privileged access to Greyhound Lines. The North American market, however, is in a very fluid situation. A number of new entrants, primarily from Europe, have established a presence in the United States and are exerting market pressure.

The Canadian *urban bus* sub-sector is composed of Les Autobus MCI plant in Ste. Eustache, Quebec — a facility which until recently belonged to General Motors; New Flyer Industries Ltd. (Winnipeg, Manitoba); and OBI (Mississauga, Ontario). Les Autobus MCI (1200 units), OBI (600 units), and Flyer (400 units), have ranked third, fourth and fifth respectively in urban bus production in North America. Current employment at the three plants totals 1400.

The sub-sector's customers are primarily publicly funded transit operators in both Canada and the United States. Canadian companies are capable of supplying a variety of product designs, including those for special purpose use, such as for the physically disabled.

The traditional competitors in the United States have been General Motors (now TMC), Flxible, and Gillig. More recently, offshore producers, primarily from Europe, have opened plants in response to U.S. Buy America requirements.

Performance

The bus industry in North America has been producing well below its capacity for a number of years. The reasons for this overcapacity situation vary for the two sub-sectors. However, for both, the shifts in demand in the United States market can have, and have had, a very direct and dramatic impact on Canadian production.

In the *intercity bus* sub-sector, deregulation in the United States, increasing competition from commuter airlines and railroads, and the changing demands of coach riders have resulted in some fundamental changes in the market. Declining levels of coach services, coupled with carriers reducing operating expenses by more effective utilization of coaches, have reduced the demand for new buses. Some of the larger carriers have had to retrench as airline deregulation increased competition from commuter airlines. Greyhound, the largest carrier in North America, had to reduce its fleet in 1985 by 30 percent, releasing 1300 units for rebuilding and resale to new scheduled or charter operators. The resulting surplus has further reduced the new coach market in North America. Thus, although deregulation also opened up carrier business to new entrants, especially in the charter field, the immediate impact has been a downturn in demand. U.S. carriers have been lobbying unsuccessfully to cut all subsidies to Amtrak in the hope that intercity services can capture a portion of Amtrak's 21 million passengers per year. A restructuring of the carrier industry is under way.

As a result of this restructuring, the North American market for intercity coaches has averaged 1600 units per year through the early part of the 1980s, or approximately 50 percent of capacity. More recently, the market has declined even further, to 1200 units. Canada accounts for approximately 150 units annually. In spite of the overcapacity and weak demand, new entrants continue to exacerbate the pressure on the market. The Mack Bus and Coach Group of Mack Truck Inc. is re-entering this mature market, after a 20-year absence, with a new vehicle manufactured and marketed in the United States under a co-operative arrangement with Renault of France. Other manufacturers from Europe (Neoplan, Setra and Bova) have also entered the U.S. intercity market through their U.S. urban bus manufacturing facilities. This influx of producers in the U.S. market is the result of weak European demand and the desire to use surplus urban bus manufacturing capacity in the United States — intercity coaches can be added simply and cheaply.

In spite of attempts by European producers to penetrate the U.S. market, MCI and Prevost have managed to retain their traditional share of the North American market. In the early 1980s, capacity utilization in Canada averaged 75 to 80 percent. Despite the downturn in the bus market since 1985, both companies have remained profitable. In 1986, Canadian plants were producing at approximately 60 percent of capacity.

The *urban bus* sub-sector in North America faces an even worse overcapacity situation than the intercity bus industry. Projections for the growth of mass transit systems in U.S. cities were very optimistic during the oil crises of the 1970s and are partially responsible for this situation. Cutbacks in U.S. federal funds for transit systems during the 1980s have only further exacerbated the overcapacity situation. North American capacity for urban buses was approximately 12 000 units in 1985, although the industry has since reduced capacity. Recently, North American demand for urban buses has averaged between 2500 and 3000 annually; Canadian demand accounts for 250 of this amount.

Since the domestic Canadian market of 250 units cannot support three manufacturers, the industry is highly dependent on the U.S. market. Due to the depressed demand south of the border, the urban bus sub-sector in Canada has been facing declining production. By 1985, urban bus production had declined to 900 units from the peak in 1981 when the Canadian industry produced 1550 units. In 1987 the industry only produced 600 units. Intensifying competition also put pressure on prices and the industry had to reduce capacity. The Canadian industry has downsized its plant capacity over the last two years and is utilizing surplus production space for refurbishing used buses.

2. Strengths and Weaknesses

Structural Factors

In this industry, critical factors of success in the North American marketplace include the technological capability to design and develop a product which meets the safety, comfort and efficiency requirements of the customer, and the ability to bring the product to market at a competitive price.

In product development, the Canadian bus industry is competitive within North America and has developed a lead in certain niche areas. Canadian companies have active R&D programs allowing them to successfully bring new products on to the market at a time of intense competition.

The Canadian bus industry, however, could face a technological challenge from European competitors established in the United States who already have a technological lead in the *urban bus* sub-sector. In the *intercity* sub-sector, North American (including Canadian) producers have an edge. European intercity coach technology, geared to a shorter vehicle life span and more luxurious charter operations, has not been cost-effective for regular-scheduled carriers in North America, where harsh operating conditions and high mileage are the important factors. The European producers, however, are beginning to adapt their buses to North American operating conditions.

Indications are that Canadian input costs — labour, components, materials etc. — are equivalent to those in the United States. Canadian plants do lag behind U.S. facilities in terms of production technology. Canadian strengths, however, lie in targeted niche-market segments where small-volume orders are required and where production efficiencies are not as important.

Trade-related Factors

The Canadian tariff on buses is 9.2 percent; in the United States it is 3.1 percent; and in the European Community (E.C.), 20 percent. Japan has a zero tariff rate for buses. Most developing countries have tariffs on buses.

Under the terms of the Canada-U.S. Auto Pact, Canada extends conditional duty-free entry to qualified manufacturers for buses and parts from all countries, subject to certain performance-related requirements. The United States restricts duty-free access to buses and original equipment parts originating in Canada and containing at least 50 percent North American value-added.

Tariffs have not been a major factor in trade between Canada and other developed countries. Non-tariff barriers (local procurement policies, specifications), however, are a significant impediment to Canadian exports. These barriers, together with strong indigenous industrial capacity, have resulted in virtually closed European and Japanese markets for Canadian producers. In the case of the United States, government procurement policies, which apply to federally funded purchases (i.e., purchases by transit authorities, municipalities etc.) have been a major barrier to Canadian producers, overriding many of the benefits of the Auto Pact. This is especially the case for companies in the *urban bus* sub-sector. In recent years, the Buy America clauses of the U.S. federal *Surface Transportation Assistance Act*, and other state procurement practices, have become increasingly restrictive. In addition to the requirement for final assembly in the United States, the Buy America clauses have a minimum requirement of 50-percent U.S. content. These minimum content levels are being increased in two stages from 50 to 60 percent over a five-year period ending in 1991. Canadian companies which already meet Buy America requirements are not subject to the new U.S. content levels until 1992.

In Canada, the provinces also have their own procurement requirements, although these are less restrictive than the Buy America clauses. Quebec requires 45-percent Quebec content for urban transit buses. Most other provinces give a 10-percent preference for Canadian purchases, (i.e., Canadian bids can be as much as 10-percent higher than those from competing countries).

Under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA), bilateral tariffs on buses will be phased out over a ten-year period. The Canadian provisions of the Auto Pact remain unchanged, although only those companies now listed in the FTA will be able to participate. Companies participating in Canada must continue to meet Auto Pact performance requirements to retain eligibility for duty-free imports from third countries after tariffs are phased out. Under the FTA, buses and parts exported to the United States will be required to meet a new 50-percent North American rule-of-origin which is higher than the current U.S. Auto Pact requirements. Canada has also agreed to phase out the prohibition on the entry of used or second-hand buses from the United States over a five-year period under the agreement.

Technological Factors

R&D work in Canada centres on new bus designs, the use of advanced materials and certain components. Canadian companies have a lead in certain select, or niche, areas. All companies have active R&D programs and Canadian producers can offer products such as a new 2.6 m (102 inches) wide coach which has been accepted as the new standard intercity coach size; articulated intercity and urban buses; and specialized buses for specific segmented market niches, such as for physically disabled people.

3. Evolving Environment

The North American bus industry faces intense competition in what has largely become a replacement market. With a domestic market too small to support it, the survival of the Canadian bus industry will continue to depend on access to the U.S. market.

The *intercity bus* market will continue to undergo fundamental changes due to the impact of deregulation. The restructuring of the transportation service sector is still under way, as evidenced by the trend towards wider, more comfortable and luxurious vehicles in order to compete against other transportation modes. In this area, Canadian producers are well positioned to compete; they will, however, face competition from U.S.-based European entrants who have traditionally produced more luxurious vehicles and are now adapting them to North American market requirements.

Deregulation has also resulted in new entrants coming into the charter and small-carrier business. This could present additional opportunities to Canadian manufacturers.

The *urban bus* industry will continue to operate under conditions of overcapacity. Forecasts suggest that, in the short term, demand in Canada and the United States is expected to remain at 250 units and 2500 to 3000 units respectively. In Canada, provincial funding for new acquisitions has not increased. In the United States, the depressed demand is largely due to uncertainty about the continuation of federal capital assistance and operating subsidies to transit authorities. In both countries, however, the medium-term outlook is brighter. The aging urban bus fleet serving North American cities is an issue which will have to be addressed. At some point, authorities will have no choice but to offer adequate funding for the purchase of new buses. Therefore, demand should increase over the medium term to about 500 units in Canada and 5000 in the United States. This will still be well below total North American capacity and continuing rationalization of the urban bus sub-sector is inevitable.

There are other changes taking place in the marketplace which have an impact on how Canadian companies do business. Pressure is being put on U.S. transit authorities to encourage private-sector involvement by contracting urban and commuter bus service to private companies or individuals who would lease the buses from the municipality and be responsible for maintenance and repairs. All companies will now face a multitude of buyers who will have an impact on the purchasing decision.

In an environment of overcapacity and intense competition, characteristic of the urban bus marketplace, niche-market strategies and linking up with joint-venture partners will become increasingly more important.

As "Buy America" requirements become more stringent, this will put greater pressure on Canadian manufacturers in the *urban bus* sub-sector to take a closer look at the establishment of manufacturing facilities in the United States. These restrictions, combined with the intensifying competition from recent European entrants into the market, could eventually result in a shift of Canadian urban bus production to the United States. OBI and New Flyer have already opened plants in New York and California, respectively, to meet the requirement for final assembly in the United States. Canadian provincial procurement barriers would not appear to be sufficient to counter this shift, as the domestic market is too small. The *intercity bus* manufacturers in Canada are not as severely affected. Only a small percentage of contracts (e.g., sales to commuter bus services) are governed by "Buy America" policies. Nonetheless, orders have been lost due to these requirements.

The proposed changes in the Canada-U.S. trade regime outlined in the FTA are not expected to have a major impact on this industry in the short to medium term. The removal of the Canadian ban on the import of used buses will have some impact on the *intercity bus* market in Canada by providing a cheaper alternative. This could result in a shrinkage of the domestic market for new coach manufacturers. In the longer term, as Canadian tariffs decline, increased competition can be expected, especially in the *urban bus* sub-sector from European-owned facilities in the United States.

4. Competitiveness Assessment

The bus industry in Canada will continue to depend on exports to the United States for its survival.

In the case of the *intercity bus* sub-sector, Canadian motor coach manufacturers are competitive in the North American marketplace and are well positioned to compete in the deregulated environment.

Canadian *urban bus* manufacturers have demonstrated their ability to compete in the U.S. market against traditional U.S. suppliers. Canadian strengths lie especially in targeted market segments. With the exception of these niche markets, it is expected, however, that Canadian producers will find it more difficult to compete against new entrants located in the United States, in particular those from Europe. These companies benefit from both federal and state incentives and are able to meet Buy America requirements. In a situation of severe North American overcapacity, it is expected that the restructuring of the North American industry will continue. With increased competition from the technologically strong European manufacturers, Canadian producers are vulnerable.

The FTA is not expected to have a significant impact on the Canadian bus sector in the short to medium term. In the long term, the removal of the Canadian tariff could lead to increased competition in the Canadian bus market from U.S.-based producers.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact:

Surface Transportation and Machinery Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Buses
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5

(613) 954-3437

PRINCIPAL STATISTICS

SIC(s) COVERED: VARIOUS*

	1973	1982	1983	1984	1985	1986*
Establishments	5	5	5	5	5	5
Employment	N/A	—	—	—	—	2 935
Shipments ($ millions)	—	—	—	—	—	258.6
Unit shipments	—	—	—	—	—	1 585

TRADE STATISTICS

	1973	1986*
Exports ($ millions)	N/A	133.1
Domestic shipments ($ millions)	N/A	125.5
Imports ($ millions)**	N/A	129.0
Canadian market** ($ millions)	N/A	125.0
Exports as % of shipments	N/A	52.0
Canadian share of international market	3%	3%

Source of imports*** (% of total)		U.S.	Hungary
	1983	95	5
	1984	95	5
	1985	95	5
	1986	95	5

Destination of exports (% of total)		U.S.
	1983	100
	1984	100
	1985	100
	1986	100

* Does not include activities by New Flyer Industries Ltd. which commence in 3rd quarter of 1987.

** Imports consist mainly of powertrain components. The domestic market for buses, therefore, is served largely from domestic production.

*** From U.S.: — Powertrain components, highway coaches, and from Hungary: — Articulated joint assembly and CKD Kits.

(continued)

REGIONAL DISTRIBUTION — Average over the last 3 years

	Quebec	Ontario	Prairies	B.C.
Establishments – % of total	40	20	40	—

MAJOR FIRMS

Name	Ownership	Location of Major Plants	
Motor Coach Industries Ltd.	American	Winnipeg, Manitoba	(coaches)
Les Autobus MCI	American	Ste. Eustache, Quebec	(urban bus)
Prevost Car Inc.	Canadian	Ste. Claire, Quebec	(coaches)
Ontario Bus Industries Inc.	Canadian	Mississauga, Ontario	(urban bus)
New Flyer Industries Ltd.	Dutch/ Canadian	Winnipeg, Manitoba	(urban bus)

PROFIL
DE L'INDUSTRIE

Autobus

Canada

Bureaux régionaux

Terre-Neuve

Parsons Building
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-4053

Île-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
134, rue Kent
bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400

Nouvelle-Écosse

1496, rue Lower Water
C.P. 940, succ. M
HALIFAX
(Nouvelle- Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-2018

Nouveau-Brunswick

770, rue Main
C.P. 1210
MONCTON
(Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-6400

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria
bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest
4e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-5000

Manitoba

330, avenue Portage
bureau 608
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-4090

Saskatchewan

105, 21e Rue est
6e étage
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 0B3
Tél. : (306) 975-4400

Alberta

Cornerpoint Building
10179, 105e Rue
bureau 505
EDMONTON (Alberta)
T5J 3S3
Tél. : (403) 420-2944

Colombie-Britannique

Scotia Tower
9e étage, bureau 900
C.P. 11610
650, rue Georgia ouest
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0434

Yukon

108, rue Lambert
bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 1C0
Tél. : (403) 920-8568

Pour obtenir des exemplaires de ce profil, s'adresser au :

Centre des entreprises
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5

Tél. : (613) 995-5771

PU 3038

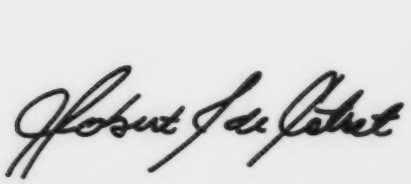
PROFIL
DE L'INDUSTRIE
AUTOBUS

1988

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution actuelle des échanges commerciaux et leur dynamique, l'industrie canadienne, pour survivre et prospérer, se doit de soutenir la concurrence internationale. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents qui sont des évaluations sommaires de la compétitivité de certains secteurs industriels. Ces évaluations tiennent compte de facteurs clés, dont l'application des techniques de pointe, et des changements qui surviendront dans le cadre de l'Accord de libre-échange. Ces profils ont été préparés en consultation avec les secteurs industriels visés.

Cette série est publiée au moment même où des dispositions sont prises pour créer le ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, fusion du ministère de l'Expansion industrielle régionale et du ministère d'État chargé des Sciences et de la Technologie. Ces documents seront mis à jour régulièrement et feront partie des publications du nouveau ministère. Je souhaite que ces profils soient utiles à tous ceux que l'expansion industrielle du Canada intéresse et qu'ils servent de base aux discussions sur l'évolution, les perspectives et l'orientation stratégique de l'industrie.



Ministre

Canada

Introduction

L'industrie canadienne de l'automobile regroupe les constructeurs de véhicules automobiles — voitures, camions, autobus et véhicules à usages spéciaux — ainsi que les fabricants de pièces détachées, y compris les pneus et les chambres à air, d'origine ou de rechange. Au Canada, la production de véhicules automobiles est directement liée aux secteurs industriels suivants : fer et acier, métaux usinés, alliages d'aluminium, caoutchouc, plastiques, textiles, verre et produits chimiques.

En 1986, ce large éventail d'activités représentait environ 16 p. 100 des expéditions canadiennes de produits manufacturés et quelque 44 p. 100 des exportations — produits manufacturés et produits finis — vers les États-Unis. Les expéditions du secteur de l'automobile atteignaient presque 41 milliards de dollars* : soit 25,1 milliards pour le montage d'automobiles, de camions et d'autobus; 12,2 milliards pour les pièces; 1,8 milliard* pour les véhicules à usages spéciaux et plus de 1,8 milliard* pour les pneus et les chambres à air. Cette industrie employait près de 148 800* personnes, dont 49 800 étaient affectées au montage des automobiles, des camions et des autobus, 16 600* à la production de véhicules à usages spéciaux, 68 400 à la fabrication de pièces et 14 000* à la fabrication de pneus et de chambres à air.

Ce profil sur les autobus fait partie d'une série de profils préparée sur le secteur de l'automobile comprenant :

- les automobiles
- les camions, les poids lourds et les véhicules tous terrains
- les pièces d'automobile
- les pneus et chambres à air
- les véhicules à usages spéciaux.

1. Structure et rendement**

Structure

L'industrie des autobus regroupe les constructeurs d'autobus interurbains et de tourisme et d'autobus urbains, y compris les véhicules adaptés à des catégories spéciales d'utilisateurs telles les personnes handicapées.

En 1986, cette industrie employait environ 2 900 personnes et ses expéditions étaient estimées à 259 millions de dollars. Les exportations, entièrement destinées aux États-Unis, se chiffraient à 133 millions. Au Canada, ce secteur répond à la presque totalité de la demande intérieure. Les importations, estimées à 129 millions, comprenaient les principales composantes, soit les moteurs, les transmissions et les essieux. Ces composantes, d'origine américaine, comptent pour environ 50 p. 100 du coût de production d'un autobus et entrent en franchise au Canada, sous conditions, en vertu du Pacte de l'automobile de 1965.

** Estimations d'ISTC.*

*** Les statistiques sur cette industrie sont rares, car aux termes des codes actuels de la CTI, les autobus et les pièces sont inclus dans les statistiques globales de l'automobile. Les données de cette analyse proviennent des entreprises de ce secteur et les chiffres ne sont cités qu'à titre indicatif.*

Industrie, Sciences et Technologie Canada
Industry, Science and Technology Canada

Le commerce d'autobus finis est presque inexistant entre l'Amérique du Nord et les autres pays industrialisés, comme le Japon et la CEE. En général, les autobus nord-américains ne peuvent être utilisés dans les pays en développement, car ils sont trop coûteux et trop difficiles à entretenir. Les exportations entre l'Amérique du Nord et les pays en développement se composent surtout d'organes de transmission et de châssis. La plupart des pays en développement fabriquent des carrosseries d'autobus et des véhicules ordinaires de type autobus scolaire.

Au Canada, il existe 4 constructeurs d'autobus, soit la société américaine Motor Coach Industries (MCI) Ltd., avec des usines au Manitoba et au Québec; New Flyer Industries Ltd., société hollandaise installée au Manitoba, ainsi que 2 sociétés de propriété canadienne : Prevost Car Inc., du Québec, et Ontario Bus Industries (OBI), qui possède des usines à Mississauga, en Ontario, et dans l'État de New York.

La société MCI et sa filiale américaine, Transportation Manufacturing Corporation (TMC), sont toutes 2 des filiales en propriété exclusive de la société américaine Greyhound Corporation, qui domine la production d'autobus interurbains en Amérique du Nord. En 1987, grâce à l'achat des installations spécialisées dans la construction d'autobus de General Motors au Canada et aux États-Unis, Greyhound élargissait sa gamme de produits et devenait le plus grand constructeur d'autobus urbains et interurbains d'Amérique du Nord.

Les *autobus urbains* et les *autobus interurbains* visent 2 marchés très différents, formant chacun un sous-secteur distinct de cette industrie.

Le sous-secteur des *autobus interurbains* comprend les usines de MCI à Winnipeg, au Manitoba, et de Prevost à Sainte-Claire, au Québec. Le sous-secteur des autobus interurbains, qui emploie actuellement près de 1 500 personnes, compte pour un peu plus de la moitié des expéditions canadiennes d'autobus, dont 75 à 85 p. 100 des ventes aux États-Unis.

Dans le cadre de la rationalisation de ses opérations en Amérique du Nord, MCI a installé au Manitoba une usine spécialisée dans la construction des carrosseries. Lorsqu'elle fonctionne à pleine capacité, cette usine peut fournir plus de 1 000 carrosseries par an, qui sont expédiées aux États-Unis pour le montage et la finition. Un certain nombre des véhicules finis sont ensuite vendus sur le marché canadien. Les installations de Greyhound aux États-Unis, qui utilisent en partie les carrosseries de MCI, peuvent produire de 1 200 à 1 500 autobus par an. La capacité de production annuelle de Prevost est de 400 autobus.

En général, les clients de ce sous-secteur sont des transporteurs du secteur privé, mais les services municipaux de transport en commun achètent également un certain nombre d'autobus.

Les sociétés TMC et MCI réalisent la majeure partie de leurs ventes auprès des grands transporteurs. Jusqu'à l'an dernier, Greyhound Lines, premier transporteur américain, était l'un des principaux fournisseurs de ces filiales, mais depuis, Greyhound a vendu ses services d'autobus (Greyhound Lines) à GLI Holdings, groupe d'investissement du Texas, privant ainsi TMC et MCI de leur accès privilégié à Greyhound Lines.

La société Prevost, n'étant affiliée à aucun transporteur, n'a pas de marché captif et vend ses produits à des transporteurs interurbains indépendants, à des affréteurs et à certains utilisateurs pour services spéciaux.

Sur le marché des autobus, le concurrent le plus ancien est la société américaine Eagle International, avec une capacité annuelle de 200 autobus. Eagle est une filiale de New Trails Inc., qui exploite aussi Trailways, 2e grand transporteur américain. GLI Holdings s'est récemment porté acquéreur de Trailways et d'Eagle International. Aussi Eagle demeure-t-il le seul constructeur nord-américain à disposer d'un marché captif (Trailways) et à avoir un accès privilégié à Greyhound Lines. Cependant, le marché nord-américain est très fluctuant, en raison de nouveaux concurrents européens, bien connus maintenant sur le marché américain.

Le sous-secteur des *autobus urbains* regroupe Les Autobus MCI de Saint-Eustache, au Québec, dont l'usine appartenait encore récemment à General Motors, New Flyer Industries Ltd. de Winnipeg, au Manitoba, et la société OBI de Mississauga, en Ontario. Les usines de MCI, avec 1 200 unités, d'OBI, 600 unités, et de Flyer, 400 unités, se classent respectivement 3e, 4e et 5e pour la production d'autobus en Amérique du Nord. Actuellement, ces 3 usines emploient 1 400 personnes.

Tant au Canada qu'aux États-Unis, les principaux clients des constructeurs d'autobus urbains sont les services publics de transport en commun. Les producteurs canadiens peuvent fournir une variété de véhicules, entre autres ceux qui sont réservés au transport des personnes handicapées.

Depuis toujours, les concurrents américains sont General Motors (devenu TMC), Flxible et Gillig. Récemment, d'autres producteurs, européens pour la plupart, ont installé leurs usines aux États-Unis en réponse à la politique d'américanisation des achats en vigueur dans ce pays.

Rendement

Depuis un certain nombre d'années, la production nord-américaine d'autobus est bien inférieure à sa capacité. Les raisons de cette situation sont différentes pour chacun de ces 2 sous-secteurs. Toutefois, les fluctuations de la demande sur le marché américain ont eu un effet direct et très prononcé sur la production canadienne.

Dans le sous-secteur des *autobus interurbains*, la déréglementation en vigueur aux États-Unis, avivant de ce fait la concurrence pour les services de navettes aériennes ou ferroviaires, de même que l'évolution des besoins des passagers, ont radicalement modifié le marché. Les transporteurs ont abandonné certains parcours et rationalisé l'utilisation de leurs véhicules pour réduire les prix de revient, entraînant ainsi une diminution de la demande d'autobus neufs. Certains grands transporteurs ont dû restreindre leurs activités face à la concurrence accrue des services de navettes aériennes, consécutive à la déréglementation. En 1985, Greyhound a réduit son parc de véhicules de 30 p. 100, cédant 1 300 unités à des fins de remise en état et de revente à de nouveaux transporteurs et aux affréteurs. L'excédent qui en est résulté a encore réduit le marché des autobus neufs en Amérique du Nord. Même si la déréglementation a ouvert le marché du transport par autobus à de nouveaux entrepreneurs, notamment les affréteurs, l'effet immédiat a été un déclin de la demande. Les transporteurs américains ont exercé des pressions en haut lieu, mais sans succès, pour faire cesser les subventions versées à Amtrak et ce, en vue de convertir à l'autobus une partie des 21 millions de passagers qui utilisent Amtrak chaque année.

Le secteur des transporteurs par autobus est actuellement en pleine restructuration. Au début des années 80, le marché nord-américain des autobus interurbains s'est stabilisé à 1 600 unités par an, soit environ 50 p. 100 de la capacité de production. Depuis peu, le marché a encore perdu du terrain pour tomber à 1 200 unités; au Canada, ce marché est d'environ 150 unités par an. En dépit de la surcapacité et de la faiblesse de la demande, les nouveaux entrepreneurs continuent d'intensifier la concurrence sur le marché. Après une absence de 20 ans, le groupe autobus de ville et autobus interurbains de la société Mack Truck Inc. revient à ce marché arrivé à maturité pour présenter un nouveau véhicule construit et commercialisé aux États-Unis en collaboration avec la société française Renault. D'autres constructeurs européens, soit Neoplan, Setra et Bova, se sont également implantés aux États-Unis à partir de leurs installations américaines de fabrication d'autobus urbains. Cette arrivée massive de constructeurs étrangers sur le marché américain résulte du ralentissement de la demande en Europe et du désir d'utiliser leur capacité excédentaire aux États-Unis, où la production d'autobus interurbains se fait sans difficulté et à peu de frais.

En dépit des tentatives de ces constructeurs pour percer le marché des États-Unis, MCI et Prevost ont réussi à conserver leur part du marché nord-américain. Au début des années 80, le taux d'utilisation de la capacité au Canada était de 75 à 80 p. 100 en moyenne. Malgré l'affaiblissement du marché des autobus depuis 1985, ces 2 entreprises sont demeurées rentables et, en 1986, les usines canadiennes fonctionnaient à environ 60 p. 100 de leur capacité.

En Amérique du Nord, le sous-secteur des *autobus urbains* connaît une surcapacité plus importante que celle des constructeurs d'autobus interurbains, en raison des prévisions de croissance trop optimistes pour les transports en commun dans les grandes villes américaines, formulées lors de la crise pétrolière des années 70. La réduction des subventions fédérales américaines aux transports en commun pendant les années 80 a aggravé la situation. En 1985, la capacité nord-américaine de production d'autobus était d'environ 12 000, mais depuis, cette capacité à été réduite. Ainsi la demande d'autobus était récemment de 2 500 à 3 000 unités par an en moyenne et de ce nombre, la demande canadienne s'établissait à 250 unités.

Étant donné que le marché intérieur ne peut, avec 250 unités, assurer la rentabilité des 3 constructeurs canadiens, l'industrie canadienne dépend du marché américain. En raison du ralentissement de la demande américaine, ce sous-secteur au Canada est en perte de vitesse : de 1 550 unités au cours de l'année record de 1981, la production est tombée à 900 unités en 1985, puis à 600 unités en 1987. L'intensification de la concurrence a énormément influé sur les prix, de sorte que l'industrie canadienne des autobus a dû réduire sa capacité de production et utiliser les installations excédentaires pour la remise en état d'autobus usagés.

2. Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Parmi les principaux facteurs du succès de cette industrie sur le marché nord-américain, notons la capacité technique de concevoir et de mettre au point des produits conformes aux exigences de la clientèle sur le plan de la sécurité, du confort et de l'efficacité, et celle de les offrir sur le marché à des prix concurrentiels.

L'industrie canadienne des autobus, compétitive sur le marché nord-américain pour la conception de ses produits, a su s'imposer dans certains créneaux. Grâce à leurs programmes de R-D, les entreprises canadiennes peuvent lancer de nouveaux produits avec succès en dépit d'une vive concurrence.

Cependant, sur le plan technique, ces entreprises ne seront pas en mesure de soutenir la concurrence des constructeurs européens aux États-Unis qui, dans le sous-secteur des *autobus urbains,* sont déjà très en avance. Dans le sous-secteur des *autobus interurbains,* les producteurs nord-américains sont les chefs de file. Les techniques européennes de construction d'autobus, axées sur une vie utile des véhicules plus courte et des services de luxe, ne sont pas rentables pour les transporteurs à horaires réguliers d'Amérique du Nord, où les trajets sont longs et le climat rude. Les constructeurs européens commencent toutefois à adapter leurs véhicules aux conditions nord-américaines.

Les principaux facteurs des prix de revient des constructeurs canadiens — main-d'œuvre, composantes, matériaux — seraient équivalents à ceux de leurs compétiteurs américains, mais les usines canadiennes restent encore à la remorque des États-Unis. Toutefois, les entreprises canadiennes sont efficaces dans certains créneaux du marché où les commandes portent sur un petit nombre d'unités et où les économies d'échelle sont moins importantes.

Facteurs liés au commerce

Les tarifs sur les autobus sont de 9,2 p. 100 au Canada, de 3,1 p. 100 aux États-Unis et de 20 p. 100 dans la CEE. Le Japon n'impose pas de tarifs sur les autobus, mais la plupart des pays en développement le font.

Aux termes du Pacte de l'automobile, le Canada permet l'entrée sous condition des produits et ce, pour certains constructeurs d'autobus et de fabricants de pièces de tous les pays, sous réserve de certaines exigences de rendement. Les États-Unis limitent l'entrée libre aux autobus et aux pièces d'origine provenant du Canada et dont la valeur ajoutée nord-américaine est d'au moins 50 p. 100.

Les tarifs douaniers ne jouent pas un grand rôle dans le commerce entre le Canada et les autres pays industrialisés, mais les barrières non douanières — politique officielle d'achat, spécifications — sont un obstacle important aux exportations canadiennes. Conjuguées à une forte capacité industrielle intérieure, ces barrières ont presque fermé les marchés européen et japonais aux producteurs canadiens. Dans le cas des États-Unis, la politique officielle d'achat, qui s'applique aux achats financés par le gouvernement fédéral — soit les achats faits par les commissions de transport en commun, les municipalités —, ont nui aux constructeurs canadiens, annulant un grand nombre des avantages découlant du Pacte de l'automobile, surtout pour les entreprises du sous-secteur des *autobus urbains.* Depuis quelques années, les dispositions portant sur la politique d'américanisation des achats en vertu de la loi fédérale américaine *Surface Transportation Assistance Act,* de même que les méthodes d'achat de l'État, sont devenues particulièrement contraignantes. En plus d'exiger que le montage des véhicules se fasse aux États-Unis, ces clauses stipulent un contenu américain d'au moins 50 p. 100, contenu qui devrait passer à 60 p. 100 d'ici 1991. Les entreprises canadiennes qui se conforment déjà à ces clauses ne seront pas soumises à ces exigences avant 1992.

Au Canada, les provinces ont leur propre politique en matière d'achat, mais elle est moins stricte que celle en vigueur aux États-Unis. Le Québec exige un contenu québécois de 45 p. 100 pour les autobus de ville. La plupart des autres provinces accordent une préférence de 10 p. 100 pour l'achat au Canada, c'est-à-dire que les offres canadiennes peuvent être de 10 p. 100 supérieures à celles des pays concurrents.

Aux termes de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, les tarifs bilatéraux sur les autobus seront éliminés sur 10 ans. Les dispositions canadiennes du Pacte de l'automobile restent en vigueur, mais seule la participation des entreprises désignées dans l'Accord sera autorisée. Après l'élimination des tarifs, les entreprises canadiennes participantes devront continuer de se conformer aux exigences de rendement stipulées dans le Pacte pour demeurer admissibles à l'importation en franchise de marchandises de pays tiers. En vertu de l'Accord, les autobus et les pièces exportés aux États-Unis devront répondre à la nouvelle règle, fixant à 50 p. 100 le contenu nord-américain, règle plus stricte que les dispositions américaines actuelles du Pacte. Le Canada s'est aussi engagé à éliminer l'interdiction d'entrée des autobus d'occasion provenant des États-Unis et ce, sur une période de 5 ans.

Facteurs technologiques

Au Canada, les travaux de R-D portent surtout sur les nouveaux modèles d'autobus, sur l'utilisation des matériaux de pointe et sur certaines composantes. Les constructeurs canadiens ont su se tailler une place de choix dans certains créneaux. Toutes les entreprises ont des programmes de R-D et sont à même d'offrir des produits comme le nouvel autobus d'environ 2,6 m de large, qui constitue désormais la norme. Citons de plus les autobus articulés et les véhicules à usages spéciaux, comme les véhicules pour le transport des personnes handicapées.

3. Évolution de l'environnement

L'industrie nord-américaine des autobus fait face à une rude concurrence, sur un marché devenu essentiellement un marché de remplacement. Étant donné que le marché intérieur est trop limité pour assurer sa rentabilité, l'avenir de cette industrie canadienne dépendra de son accès au marché américain.

Le marché des *autobus interurbains* continuera de connaître des bouleversements résultant de la déréglementation. La rationalisation des transports en commun se poursuit, comme le démontre la tendance aux véhicules plus larges, plus confortables et plus luxueux. Dans ce domaine, même si les constructeurs canadiens sont aptes à soutenir la concurrence, ils doivent compter avec l'arrivée sur le marché américain des constructeurs européens, qui ont toujours produit des véhicules plus luxueux.

La déréglementation a également favorisé l'arrivée de nouveaux affréteurs et de petits transporteurs, ce qui pourrait ouvrir d'intéressants débouchés aux constructeurs canadiens.

Le sous-secteur des *autobus urbains* accusera encore une surcapacité et, dans ce contexte, les constructeurs d'autobus auront intérêt à viser des marchés spécialisés et à s'associer à des entreprises en participation. Selon les prévisions, la demande devrait se maintenir, à court terme, à 250 unités au Canada et entre 2 500 et 3 000 aux États-Unis. Cependant, au Canada, les subventions provinciales pour l'achat d'autobus neufs n'ont pas augmenté. Aux États-Unis, le déclin de la demande est dû à l'incertitude quant au maintien de l'aide fédérale au transport urbain. A moyen terme, la situation est toutefois plus prometteuse pour les 2 pays. La désuétude du parc d'autobus urbains obligera les autorités municipales à débloquer tôt ou tard les crédits nécessaires à son renouvellement. A moyen terme, donc, la demande devrait augmenter pour atteindre 500 unités au Canada et 5 000 aux États-Unis. Aussi, la rationalisation de ce sous-secteur se poursuivra-t-elle sans aucun doute.

De nouveaux facteurs pourraient influer sur les activités des entreprises canadiennes de ce sous-secteur. Actuellement, des pressions sont exercées sur les commissions urbaines de transport en commun pour favoriser la participation du secteur privé. Parmi celles-ci, mentionnons l'adjudication des contrats à des entreprises privées ou à des particuliers qui loueraient à long terme les véhicules municipaux et en assureraient l'entretien et les réparations. Ces constructeurs devront donc faire face à une multitude d'acheteurs qui influenceront les décisions d'achat.

Comme les conditions de la politique d'américanisation des achats sont plus strictes, les constructeurs canadiens d'autobus devront envisager l'établissement d'installations de production aux États-Unis. Ces restrictions, conjuguées à la concurrence croissante livrée par les constructeurs européens nouvellement arrivés sur le marché américain, pourraient éventuellement y entraîner le transfert d'une bonne partie de la production canadienne d'autobus. Les sociétés OBI et New Flyer ont déjà ouvert des usines dans les États de New York et de la Californie pour répondre à ces conditions. Il semble que les méthodes d'achats publics des provinces canadiennes ne pourront pas faire échec à cette tendance. Les constructeurs canadiens d'*autobus interurbains* ne sont pas aussi durement touchés : seul un faible pourcentage des contrats, par exemple les ventes aux services d'autobus de banlieue, tombe sous le coup de cette politique d'américanisation des achats, ce qui a toutefois entraîné la perte d'un certain nombre de commandes.

A court ou à moyen termes, l'Accord de libre-échange ne devrait pas avoir de répercussions importantes sur cette industrie. La levée de l'interdiction sur l'importation des véhicules d'occasion aura des répercussions sur le marché canadien des *autobus interurbains* en offrant une solution de rechange moins coûteuse, ce qui pourrait réduire le marché des constructeurs d'autobus. A long terme cependant, à mesure que les tarifs canadiens baisseront, la concurrence se fera plus serrée, surtout dans le sous-secteur des *autobus urbains*, en raison du nombre de sociétés européennes installées aux États-Unis.

4. Évaluation de la compétitivité

Pour survivre, l'industrie canadienne des autobus continuera de compter sur les exportations vers les États-Unis.

Sur le marché nord-américain, dans le sous-secteur des *autobus interurbains*, les constructeurs canadiens très compétitifs sont à même de soutenir la concurrence dans un contexte de déréglementation. Par ailleurs, les constructeurs canadiens d'*autobus urbains* ont prouvé qu'ils pouvaient livrer concurrence aux fournisseurs américains. La force des entreprises canadiennes résulte de leur succès dans des créneaux bien précis en dehors desquels, toutefois, il leur sera difficile de soutenir la concurrence des entreprises européennes nouvellement installées aux États-Unis. Ces constructeurs peuvent profiter des mesures d'encouragement proposées par les gouvernements fédéral et des États et répondent aux conditions de la politique d'américanisation. Face à la surcapacité actuelle, la restructuration de l'industrie nord-américaine devrait se poursuivre. Compte tenu de la concurrence accrue des constructeurs européens, les constructeurs canadiens restent vulnérables.

A court et à moyen termes, l'Accord ne devrait pas avoir d'incidence importante sur le secteur canadien des autobus. A long terme toutefois, l'élimination des tarifs imposés par le Canada pourrait intensifier la concurrence livrée par les constructeurs américains sur le marché canadien des autobus.

Pour de plus amples renseignements sur ce dossier, s'adresser à :

Matériel du transport de surface
et machinerie
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Autobus
235, rue Queen
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5

Tél. : (613) 954-3437

PRINCIPALES STATISTIQUES — CTI Divers[1]

	1973	1982	1983	1984	1985	1986[1]
Établissements	5	5	5	5	5	5
Emplois	n.d.	—	—	—	—	2 935
Expéditions*	—	—	—	—	—	258,6
Expéditions (nombre d'unités)	—	—	—	—	—	1 585

STATISTIQUES COMMERCIALES

	1973			1986[1]
Exportations*	n.d.			133,1
Expéditions intérieures*	n.d.			125,5
Importations*/[2]	n.d.			129,0
Marché intérieur*/[2]	n.d.			125,0
Exportations (en % des expéditions)	n.d.			52,0
Part canadienne du marché international (en %)	3			3
Source des importations** (en %)			É.-U.	Hongrie
		1983	95	5
		1984	95	5
		1985	95	5
		1986	95	5
Destination des exportations (en %)			É.-U.	
		1983	100	
		1984	100	
		1985	100	
		1986	100	

1 Ne comprend pas les activités de New Flyer Industries Ltd., qui ont commencé au 3e trimestre de 1987.
2 Les importations comprennent surtout des organes de transmission. Le marché intérieur des autobus est donc en grande partie alimenté par la production intérieure.
* Les montants indiqués sont exprimés en millions de dollars.
** États-Unis — Organes de transmission, autobus interurbains; Hongrie — Raccords articulés et ensembles prêts-à-monter.

RÉPARTITION RÉGIONALE — Moyenne des 3 dernières années

	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
Établissements (en %)	40	20	40	—

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Propriété	Emplacement
Motor Coach Industries Ltd.	américaine	Winnipeg (Manitoba) (autobus interurbains)
Les Autobus MCI	américaine	Saint-Eustache (Québec) (autobus urbains)
Prevost Car Inc.	canadienne	Sainte-Claire (Québec) (autobus interurbains)
Ontario Bus Industries Inc.	canadienne	Mississauga (Ontario) (autobus urbains)
New Flyer Industries Ltd.	hollandaise/ canadienne	Winnipeg (Manitoba) (autobus urbains)